

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2001-313920
(43)Date of publication of application : 09.11.2001

(51)Int.CI.
H04N 7/173
G06F 17/60
H04H 1/00
H04H 1/02
H04N 5/44
// H04N 17/00

(21)Application number : 2000-127849

(71)Applicant : NTT DATA CORP

(22)Date of filing : 27.04.2000

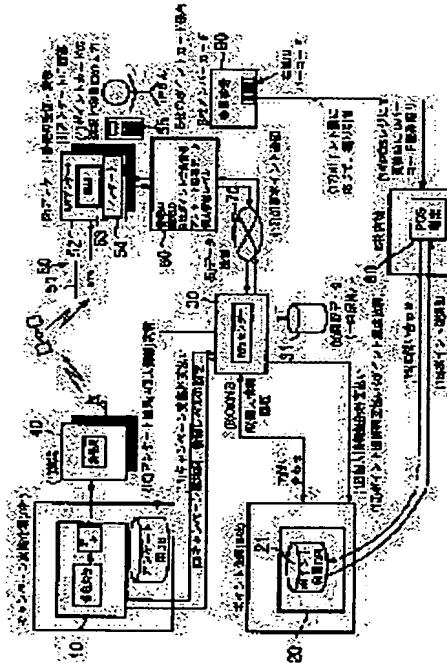
(72)Inventor : SAITO AKIRA
TAKAHASHI NARIFUMI
MASAMOTO SATOSHI
NAKAMURA JINNOSUKE

(54) METHOD AND SYSTEM FOR PROVIDING APPLICANT OF BROADCAST CAMPAIGN WITH INCENTIVE

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To make many viewers participate in campaign from a broad viewer layer in the campaign of viewer participating types, such as the questionnaire performed by broadcast media.

SOLUTION: Questionnaire data are added and broadcast in a program and an advertisement of digital television broadcast, a viewer's digital TV set 50 receives it, and an image 54 of the content of the questionnaire is displayed on a screen. The viewer inputs the reply in a questionnaire image, and the data 60 of the reply are transmitted to a surrogate center 30 through a digital broadcasting incoming line network 70 from the TV set 50. The surrogate center 30 collects the reply data from the viewer instead of a campaign implementation enterprise, acquires the viewer's personal information from the point system 20 of the enterprise of a points card with which the viewer is the membership, and sends the collected reply data and the personal information to the campaign implementation enterprise.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination] 09.05.2000

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number] 3588034

[Date of registration] 20.08.2004

[Number of appeal against examiner's decision of

BEST AVAILABLE COPY

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報(A)

(11)特許出願公開番号
特開2001-313920
(P2001-313920A)

(43) 公開日 平成13年11月9日(2001.11.9)

(51) Int.Cl.	識別記号	F I	マーク(参考)
H 04 N 7/173	6 1 0	H 04 N 7/173	6 1 0 Z 5 B 0 4 9
G 06 F 17/60	1 1 2	G 06 F 17/60	1 1 2 A 5 C 0 2 5
	3 1 0		3 1 0 E 5 C 0 6 1
	3 2 4		3 2 4 5 C 0 6 4
H 04 H 1/00		H 04 H 1/00	B
	審査請求 有 請求項の数 5 OL (全 10 頁) 最終頁に統ぐ		

(21)出願番号	特願2000-127849(P2000-127849)	(71)出願人	000102728 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ 東京都江東区豊洲三丁目3番3号
(22)出願日	平成12年4月27日(2000.4.27)	(72)発明者	鷲藤 章 東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ内
		(72)発明者	高橋 成文 東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ内
		(74)代理人	100095371 弁理士 上村 勤之

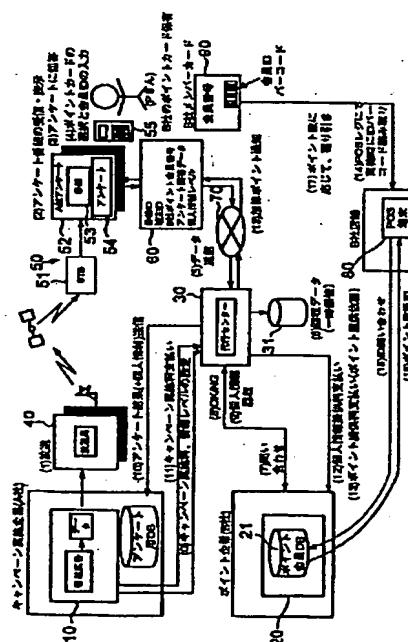
最終頁に統ぐ

(54) 【発明の名称】放送キャンペーンの応募者にインセンティブを提供するための方法及びシステム

(57) 【要約】 (修正有)

【課題】 放送メディアで行われるアンケート調査などの視聴者参加型のキャンペーンにおいて、幅広い視聴者層から多数の視聴者がキャンペーンに参加できるようにする。

【解決手段】 デジタルテレビジョン放送の番組や広告にアンケートデータを付加して放送し、視聴者のデジタルTVセット50にてそれを受信してアンケート内容の画像54を画面表示する。視聴者は、そのアンケート画像に回答を入力し、その回答のデータ60は、TVセット50からデジタル放送上り回線網70を通じて代行センター30に送信される。代行センター30は、キャンペーン実施企業に代わって、視聴者からの回答データを収集し、且つ、その視聴者が会員となっているポイントカードの企業のポイントシステム20から視聴者の個人情報を取得して、その収集した回答データと個人情報をキャンペーン実施企業に送る。



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 双方向通信可能な放送メディアを通じて放送されたキャンペーンのデータを受信してキャンペーン内容をモニタ画面に表示する機能と、前記キャンペーンに応募するための所定の応募情報を視聴者が入力する機能と、入力された応募情報を前記放送メディアの上り回線へ発信する機能とをもった視聴者の放送受信システムから、前記上り回線に発信された前記応募情報を受信するステップを有し、

前記応募情報には、所定の複数のポイント種類の中から視聴者が任意に選択した一つのポイント種類を示すデータが含まれており、

さらに、

受信した前記応募情報に含まれている前記選択したポイント種類を示すデータに基づいて、前記選択したポイント種類のポイントを発行する特定のポイント企業のポイントシステムに対して、キャンペーン応募に対するインセンティブとしての所定ポイント数を前記視聴者のポイントアカウントに加算するリクエストを送信するステップを有した、放送キャンペーンの応募者にインセンティブを提供するための方法。

【請求項 2】 双方向通信可能な放送メディアを通じて放送されたキャンペーンのデータを受信してキャンペーン内容をモニタ画面に表示する機能と、前記キャンペーンに応募するための所定の応募情報を視聴者が入力する機能と、入力された応募情報を前記放送メディアの上り回線へ発信する機能とをもった視聴者の放送受信システムから、前記上り回線に発信された前記応募情報を受信する手段を有し、

前記応募情報には、所定の複数のポイント種類の中から視聴者が任意に選択した一つのポイント種類を示すデータが含まれており、

さらに、

受信した前記応募情報に含まれている前記選択したポイント種類を示すデータに基づいて、前記選択したポイント種類のポイントを発行する特定のポイント企業のポイントシステムに対して、キャンペーン応募に対するインセンティブとしての所定ポイント数を前記視聴者のポイントアカウントに加算するリクエストを送信する手段を有した、放送キャンペーンの応募者にインセンティブを提供するためのシステム。

【請求項 3】 同一の視聴者から複数の応募情報を重複して受信したか否かをチェックし、このチェック結果に基づいて、同一の視聴者による重複した応募を防止する手段をさらに有した請求項 2 記載のシステム。

【請求項 4】 多数の視聴者から受信した多数の応募情報を集めて、キャンペーン実施者のシステムへ送信する手段をさらに有した請求項 2 記載のシステム。

【請求項 5】 キャンペーン実施者と前記ポイント企業との間の金銭決済の代行を行う手段をさらに有した請求

項 2 記載のシステム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、テレビジョン放送等の放送メディアを通じて広告効果調査や視聴率調査などの視聴者参加型のキャンペーンを実施する技術に関し、特に、キャンペーンに応募した視聴者に対して、その報奨又は獎励のための利益（以下、インセンティブという）を提供するための技術に関する。

【0002】

【従来の技術】従来、テレビジョン放送等の放送メディアにおいて、広告効果や視聴率調査などのアンケートを視聴者に対して行って視聴者の応答を回収する場合、郵送や電話などを利用した回収方法が行われている。また、こうした調査などのキャンペーンに視聴者が協力することに対して、商品やサービスといった形で適当なインセンティブをその視聴者にフィードバックすることが行われている。

【0003】ところで、顧客が企業の商品を購入したり有償サービスを利用したりするとき、顧客へのインセンティブとして、その企業から顧客へサービスポイント

（典型的には、その企業から次に商品やサービスを購入するときに、料金割引を受けたり代金代わりに使えたる、或いは、所望の商品やサービスと交換できたりする蓄積式のポイント）を提供することが広く行われている。個々の企業は独自のこの種のポイント制度をそれぞれもっており、顧客が特定の企業の商品やサービスを購入したとき、その特定の企業のポイント処理システムにその顧客のポイントが加算されていく。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】テレビジョン放送等の放送メディアでアンケート調査などのキャンペーンを行った場合、そのキャンペーンに応募する視聴者の人数は、次の 2 つの要因(1)、(2)に支配される。そして、(2)の要因は更に 6 つの要素①～⑥に細分化される。

【0005】(1) 応募可能な母集団の人数
(2) 応募する人の割合
① インセンティブの期待値
② 応募に必要な個人情報レベル（プライバシー情報の開示レベル）
③ 応募に必要な手間
④ 応募に必要なコスト
⑤ キャンペーン実施者の社会的信用度
⑥ 不確定要素。

【0006】従来、応募方法として、放送されたテレビジョン画面から紙面などに質問内容や応募手順を書きとめ、郵送や電話にて別途手続を取るやり方が一般的である。この方法は、応募してくれる視聴者に対して煩雑な手続や通信コストを要求するという問題がある。

【0007】また、応募に際して、住所などのプライバ

シー情報を開示する必要があるため、こうした個人情報の流出を恐れて、応募を敬遠してしまう視聴者も少なくない。

【0008】また、インセンティブの質に関して、キャンペーン実施者の選定と応募者の希望との間に相違があるために応募者数が減少するという問題もある。例えば、特定の品物がインセンティブであったとき、その品物に興味をもっていない視聴者は応募しないであろう。

【0009】また、特にマーケティング分析のためのアンケート調査では、幅広い視聴者層から回答を収集する必要がある。しかし、通常、キャンペーン実施者の製品だけがインセンティブであるために、特定の視聴者層からしか回答が収集できないという問題がある。例えば、酒造会社が行ったキャンペーンで、インセンティブがその会社の酒製品ばかりであれば、酒を飲まない人や、他社の酒を好んで飲んでいる人から、多くの回答を得ることはできない。

【0010】以上の事情から、従来、キャンペーンの目的を十分に満足させるに足りるだけの大人数でかつ幅広い層にわたる視聴者をキャンペーンに参加させることは難しいという問題がある。

【0011】従って、本発明の目的は、放送メディアで行われるアンケート調査などの視聴者参加型のキャンペーンにおいて、キャンペーンに参加する視聴者数を増加させることにある。

【0012】本発明の別の目的は、幅広い視聴者層がキャンペーンに参加するようにすることにある。

【0013】

【課題を解決するための手段】本発明の第1の観点に従う放送キャンペーンの応募者にインセンティブを提供するための方法は、双方向通信可能な放送メディアを通じて放送されたキャンペーンのデータを受信してキャンペーン内容をモニタ画面に表示する機能と、そのキャンペーンに応募するための所定の応募情報を視聴者が入力する機能と、入力された応募情報を前記放送メディアの上り回線へ発信する機能とをもった視聴者の放送受信システムから、前記上り回線に発信された応募情報を受信する手段を有する。受信した応募情報には、所定の複数のポイント種類の中から視聴者が任意に選択した一つのポイント種類を示すデータが含まれている。そして、この方法はさらに、受信した応募情報に含まれている前記視聴者の選択したポイント種類を示すデータに基づいて、その選択したポイント種類のポイントを発行する特定のポイント企業のポイントシステムに対して、キャンペーン応募に対するインセンティブとしての所定ポイント数をその視聴者のポイントアカウントに加算するリクエストを送信するステップを有する。

【0014】本発明の第2の観点に従う放送キャンペーンの応募者にインセンティブを提供するためのシステムは、双方向通信可能な放送メディアを通じて放送された

キャンペーンのデータを受信してキャンペーン内容をモニタ画面に表示する機能と、そのキャンペーンに応募するための所定の応募情報を視聴者が入力する機能と、入力された応募情報を前記放送メディアの上り回線へ発信する機能とをもった視聴者の放送受信システムから、前記上り回線に発信された応募情報を受信する手段を有する。受信した応募情報には、所定の複数のポイント種類の中から視聴者が任意に選択した一つのポイント種類を示すデータが含まれている。そして、このシステムはさらに、受信した応募情報に含まれている前記視聴者の選択したポイント種類を示すデータに基づいて、その選択したポイント種類のポイントを発行する特定のポイント企業のポイントシステムに対して、キャンペーン応募に対するインセンティブとしての所定ポイント数をその視聴者のポイントアカウントに加算するリクエストを送信する手段を有する。

【0015】本発明の方法及びシステムによれば、視聴者は、自分の放送受信システムに表示されたキャンペーン内容（例えば、アンケート内容）を見て、それに応募するための所定の応募情報（例えば、アンケートへの回答など）を放送受信システムに入力するという簡単な作業で、キャンペーンに応募できる。そして、予め用意されている複数のポイント種類（例えば、A社の商品価格割引ポイント、B航空会社のマイルージポイント、C社の景品交換ポイントなど）の中から、視聴者は、自分が会員になっているポイント種類のうちの好きなポイント種類を選び（場合によっては、自分がまだ会員になっていないポイント種類を選んでもよい）、その選んだポイント種類の所定ポイント数として、キャンペーン応募に対するインセンティブを受け取ることができる。従つて、従来よりも広い視聴者層にわたって、より多数の視聴者がキャンペーンに応募し易くなる。

【0016】好適な実施形態では、上記システムは「代行センタ」と呼ばれている。この代行センタは、上記の手段に加えて、同一の視聴者から複数の応募情報を重複して受信したか否かをチェックし、このチェック結果に基づいて、同一の視聴者による重複した応募を防止する手段をさらに有している。これにより、不正な二重投稿による重複したポイント取得が防止される。

【0017】また、好適な実施形態の代行センタは、多数の視聴者から受信した多数の応募情報を集めて、キャンペーン実施者のシステムへ送信する手段をさらに有している。これにより、キャンペーン実施者としては、自分に代わって代行センタが視聴者から応募情報を収集してくれるので、作業が減り非常に助かる。

【0018】また、好適な実施形態の代行センタは、キャンペーン実施者とポイント企業との間の金銭決済の代行を行う手段をさらに有している。これにより、キャンペーン実施者とポイント企業は、金銭決済の作業が減り非常に助かる。

【0019】

【発明の実施の形態】図1は、本発明の一実施形態にかかる放送メディアを利用したポイント交換システムの全体構成を示す。

【0020】双方向通信ができるデジタルテレジョン放送を行う放送局40がある。その放送局40から放送されたデジタルテレジョン信号を、多数の視聴者(図では、Pさんという1人の視聴者のみを代表して示している)がそれぞれもつデジタルテレジョンセット(以下、「TVセット」という)50が受信する。TVセット50は、STB(セット・トップ・ボックス)などのデジタル放送受信装置51でデジタルテレジョン信号を受信して、テレビジョン再生機52でテレビジョン画像を再生してモニタ画面に表示する。なお、デジタル放送受信装置51はテレビジョン再生機52内に組み込まれている場合もある。このTVセット50のテレビジョン再生機52は、デジタルテレジョン放送の上り回線網としての通信ネットワーク70に接続可能であって、付属のリモートコントローラ55から視聴者が入力したデータを通信ネットワーク70を通じて外部へ送信する機能も有している。

【0021】また、このデジタルテレジョン放送を用いて視聴者参加型のキャンペーン、例えばアンケート調査、を実施する企業(以下、「キャンペーン実施企業」という)が存在する。キャンペーン実施企業は、複数存在し得るが、図ではA社という一社のみを代表して示している。このキャンペーン実施企業のコンピュータシステム(以下、「実施企業システム」という)10は、番組(又は広告)のデータ11に、視聴者に対するアンケートのデータ12を付加したものを放送局40へ送って放送してもらう。各視聴者のデジタルテレジョンセット50は、その番組(又は広告)の画像53と、それに付加されたアンケートの画像54を、視聴者の指示に応じて同時並列的に又は別時選択的にモニタ画面に表示する。

【0022】アンケートに回答した視聴者に対するインセンティブの提供、インセンティブの提供に伴う金銭決済、及びアンケート回答の収集などを、キャンペーン実施企業に代わって実行するために、特別のコンピュータシステム(以下、「代行センタ」という)30が設けられている。代行センタ30は、実施企業システム10と通信可能であり、且つ、デジタル放送上り回線網としての通信ネットワーク70を介して各視聴者のTVセット50とも接続可能である。

【0023】各視聴者のデジタル放送用のTVセット50は、上記したデジタル放送上り回線網である通信ネットワーク70に接続可能であって、受信再生した番組(又は広告)のID(以下、「番組ID」という)や、このTVセット50の端末IDや、付属のリモートコントローラ55に視聴者が入力したデータなどを、通信ネ

ットワーク70を通じて外部へ送信する機能も有している。この機能を利用して、デジタルテレジョン放送を通じて行われたアンケートに対する視聴者の回答を、リモートコントローラ55からテレビジョン再生機52に入力して、これと広告IDや端末IDなどをセットにして、通信ネットワーク70を通じて代行センタ30へ送れるようになっている。

【0024】アンケートに回答した視聴者に提供されるインセンティブとしては、商品購入やサービス利用に対するインセンティブとして従来から使用されているサービスポイント(例えば、次の商品購入時やサービス利用時に料金割引や代金代わりに使えたり、プレゼント品と交換できたりする蓄積式の電子的ポイント)が用いられる。ただし、このアンケート回答に対するインセンティブには、キャンペーン実施企業が発行するサービスポイントだけに限られるのではなく、所定の複数の企業がそれぞれ発行する複数種類のサービスポイントが含まれる。例えば、航空会社が自社航空機の利用者に搭乗したマイレージに応じて発行するポイントや、商品販売会社が自社店舗で買い物した顧客に購入金額に応じて発行するポイントや、信販会社が自社クレジットカードの利用者にクレジットカード利用金額に応じて発行するポイントなど、複数種類のサービスポイントがインセンティブとして用意されている。そして、後述するように、各視聴者は、自分が受けるインセンティブとして、任意の種類のサービスポイントを選ぶことができるようになっている。それらサービスポイントを発行する複数の企業(以下、「ポイント企業」という)の各々がもつポイント管理を行うコンピュータシステム(図では、B社という一社のシステムのみを代表して示す)20も、代行センタ30と通信可能になっている。

【0025】各ポイント企業は、(必ずしもそうである必要はないが)通常は、自社のサービスポイント制度に加入した各会員に対して、会員カード90を配布している。この実施形態でも、原則として、各視聴者は自己が加入している特定のポイント企業のサービスポイント制度の会員カード90を所有していることとする。図示の例では、Pさんという視聴者は、B社というポイント企業のポイント制度の会員カード90を有しているが、さらに、他の図示しない例えばD社のポイント制度の会員でもあるならば、そのD社のポイント制度の会員カードも有している。それ故、個々の視聴者にとっては、自分が利用できるポイント制度が何であるかは自分が所有している会員カードの種類で判別でき、その意味で、以下の説明では、個々のポイント制度のことを「ポイントカード」という用語で呼ぶことにする。

【0026】各会員カード90は、磁気ストライプやICメモリなどを有した情報記録カードであり、そこには、その視聴者固有の会員IDや氏名や住所が記録されており、また、多くの場合、その会員が現在持っている

サービスポイント数のデータも記録されている。各視聴者が自分が会員になっているポイントカードの企業の店舗で買い物をしたりサービス利用をしたりするとき、その店舗のPOS端末80に自分の会員カード90をセットして会員IDなどの所定情報をPOS端末80に読み取らせることで、買い物やサービス利用の料金に応じた数のポイントを獲得したり、或いは、既に蓄積されているポイントを使って料金割引や景品交換などの特典を受けたりすることができる。

【0027】本システムでは、上述の説明から明らかのように、商品購入やサービス利用に対するインセンティブとしてポイントが得られるだけでなく、デジタルテレビジョン放送で行われたキャンペーンに参加することでも、自分の加入しているポイントカードのポイントが得られる。

【0028】図2は、代行センタ30の処理をより具体的に示したものである。

【0029】以下、図1と図2を参照して、本システムの動作を説明する。

【0030】(0) キャンペーン実施料、情報レベルの設定

準備として、実施企業システム10は、キャンペーン実施料単価（例えば、収集したアンケート結果1件当たり及び各種レベルの個人情報1件当たりの単価）、及びキャンペーン目的に応じた回収したい情報レベルを設定し、それらの情報を代行センタ30に通知する。ここで、回収したい情報レベルとは、例えば、アンケート結果と回答者の住所と性別が欲しいなどといったものであり、そこには、回収したい応募者の個人情報レベル（例えば、住所、氏名、性別、職業、年齢、電話番号などの個人情報うちの何が欲しいか）も含まれている。

【0031】代行センタ30は、図2に示すように、各キャンペーン実施企業の実施企業システム10から通知されたキャンペーン実施料の単価（ α 円/件）32及び回収したい情報レベル33のデータを保持する。また、代行センタ30は、その代行センタ30の収入となる代行料の収集情報1件当たりの単価（X円/件）34を有している。また、代行センタ30は、各キャンペーン毎にデータ収集テーブル35を用意する。このデータ収集テーブル35には、そのキャンペーンで各視聴者から回収されたデータの属性（端末ID、ポイントカード会員ID、収集フラグ、収集データへのポインタなど）が記録されることになっている。また、代行センタ30は、ポイント換算テーブル36及び各ポイントカード毎の個人情報料テーブル37を有している。ポイント換算テーブル36には、各ポイントカード毎に、ポイント提供料の単位ポイント当たりの単価が記録されている。各ポイントカード毎の個人情報料テーブル37には、そのポイントカード会員の個人情報の各レベルについて、個人情報1件当たりの情報提供料の単価が記録されている。

【0032】(1) 放送

実施企業システム10は、放送局40を通じて、視聴者からの応答が可能なアンケートなどが付加された番組（又は広告）を放送する。番組のデータに付加されたアンケートのデータには、アンケートの趣旨や質問内容、そのアンケートに回答することで視聴者が受け取れるポイントカードの名称のリストと、各ポイントカード毎の受け取りポイント数、アンケートに答える際に開示する必要のある個人情報のレベル（例えば、住所、氏名、性別、職業、年齢、電話番号など）が含まれている。更に、そのアンケートのデータには、そのアンケートに対して視聴者が入力した回答のデータを代行センタ30へ通信ネットワーク70を通じて送信するための処理プログラムも含まれている。

【0033】(2) アンケート番組の受信・表示

各視聴者のTVセット50において、デジタル放送受信装置51は番組を受信し、アンケートなどの付加データを解釈し、テレビジョン再生機52が、番組の画像53と、アンケートの内容（上述した質問、ポイントカードのリスト、受け取れるポイント数、開示すべき個人情報など）を示した画像54とをモニタ画面に表示する。

【0034】(3) アンケートに回答

番組を視聴した視聴者は、アンケートの画像54から、受け取れるポイント数や開示すべき個人情報を勘案して、このキャンペーンに応募するか否か決定する。応募すると決めた場合には、視聴者は、リモートコントローラ55などを用いて、モニタ画面に表示されたアンケート画像54に回答を入力する。さらに、視聴者は、モニタ画面に表示されたアンケート画像54に、リモートコントローラ55などを用いて、キャンペーン実施企業に提供される自分の個人情報のレベルの選択又は確認を入力し、そして、自分の個人情報のうち選択又は確認したレベルのものがキャンペーン実施企業に提供されることを了承する。

【0035】(4) ポイント種類の選択と会員IDの入力

さらに、視聴者は、リモートコントローラ55などを用いて、自分がポイント受け取りを希望するポイントカードを選択し、その選択したポイントカードについての自分の会員IDを入力する。

【0036】(5) データ送信

視聴者の入力が完了すると、アンケートデータに含まれていた処理プログラムが、回収データ60を作成して、それを代行センタ30に送信する。この回収データ60には、番組ID、端末ID、選択したポイントカードにおける回答者の会員ID、アンケートに対する回答のデータ、視聴者が選択又は確認した個人情報レベルなどが含まれている。

【0037】(6) 回収データ蓄積

代行センタ30は、キャンペーン実施企業に代わって、

視聴者から回収データ60をディスクに蓄積し一時的に保管する。また、代行センタ30は、その回収データ60に含まれている端末IDや会員IDなどの属性情報を図2に示す当該キャンペーンのデータ収集テーブル35に登録すると共に、その登録された属性情報の収集フラグを立て、以後、新たな回収データを受けたときには、その新たな回収データの属性情報と、テーブル35上の収集フラグの立っている属性情報を比較して、属性情報が同じだった場合には新たな回収データを無効することにより、同じ視聴者の不正な二重投稿による重複したポイント取得を防止する。

【0038】(7) ID問い合わせ

代行センタ30は、各視聴者からの回収データ60に含まれている会員IDを用いて、各視聴者が選択したポイントカードのポイント企業システム20に対して、その会員IDの正当性を問い合わせる。

【0039】(8) OK/NG

問い合わせを受けたポイント企業システム20は、自システムのポイント会員データベース21を参照して、その会員IDの正当性を判断し、判断結果を代行センタ30に返す。

【0040】(9) 個人情報回収

会員IDが正当であった場合、ポイント企業システム20は、代行センタ30に保持されている、上記(0)のステップでキャンペーン実施企業が設定した個人情報レベル(図3に示す情報レベル33に含まれている)と、その会員IDの視聴者が上記(3)のステップで選択した個人情報レベル(回収データ60に含まれている)とが重なり合うレベル(つまり、キャンペーン実施者と視聴者との間で実質的に合意が成立した個人情報レベル)の個人情報を、ポイント会員データベース21から読み出して代行センタ30へ送信する。

【0041】(10) アンケート結果(+個人情報)送信
所定のアンケート収集期間を経ると、代行センタ30は、多數の視聴者から収集したアンケート結果と、それらの視聴者について上記(9)のステップでポイント企業から取得した個人情報を取りまとめ、実施企業システム10へ送信する。

【0042】(11) キャンペーン実施料支払い

代行センタ30は、キャンペーン実施企業から、上記アンケート結果収集の対価として、回収されたアンケート回答件数及び個人情報レベルに応じて、図2に示したキャンペーン実施料単価32に基づいて研議されたキャンペーン実施料の支払いを受ける。(尚、図では説明を簡単にするために、この料金支払いを他のデータ送受信と同様の単純な一本矢印で示しているが、実際は、言うまでもないが、銀行取引などで支払いが行われるのであり、その情報の流れは図示とは異なるものである。このことは、後述する他の料金支払いでも同様である。)

【0043】(12) 個人情報提供料支払い

代行センタ30は、各ポイント企業に対して、提供した個人情報の件数とレベルに応じて、図3に示した個人情報料テーブル37に基づいて計算された個人情報提供料を支払う。

【0044】(13) ポイント提供料支払い(ポイント提供依頼)

また、代行センタ30は、アンケート回答及び個人情報提供に対するインセンティブとして、各視聴者にその者が選択したポイントカードの所定ポイント数を提供するために、そのポイントカードのポイント企業システム20に対して、その所定ポイント数をその視聴者のポイントアカウントへ加算することを依頼すると共に、その提供ポイント数に相当するポイント提供料を図2に示すポイント換算テーブル36で計算して、そのポイント企業に支払う。ポイント企業システム20は、上記依頼を受けて、ポイント会員データベース21内の当該会員アカウントに、依頼されたポイント数を加算する。また、代行センタ30は、その所定ポイントがその視聴者のポイントアカウントに加算された旨の通知を、その視聴者のTVセット5に送信する。

【0045】(14) 買い物

各視聴者は、ポイント企業の店舗で買い物をするとき、自分の会員カード90を店員に提示し、POS端末80などに会員カード90の会員IDを読み取らせる。

【0046】(15) ID問い合わせ

POS端末80は、その会員IDについて、ポイント企業システム20のポイント会員データベース21にポイント数の問い合わせを行う。

【0047】(16) ポイント数通知

ポイント企業システム20のポイント会員データベース21は、その会員IDのアカウントに蓄積されているポイント数をPOS端末80に通知する。

【0048】(17) ポイント数に応じた割引

そのポイント数に応じて、ポイント企業は、買い物代金の割引などのサービスを行う。

【0049】以上のようにして、各視聴者は、デジタルテレビジョン放送を受信する自分のTVセット50のモニタ画面上で、そこに表示されたアンケート画像54に回答等の必要情報を入力するという簡単な操作を行うだけで、キャンペーンに応募して、それに対するインセンティブを、自分の好みのポイントカードのサービスポイントの形で取得することができる。キャンペーンに応募することはどの階層の視聴者にとっても魅力的である。また、各視聴者の個人情報は、ポイント企業からキャンペーン実施企業へ電子データの形でコンピュータ間通信の方法で伝達され、その際に適当な暗号化技術を用いることで、その個人情報が第三者に漏れてしまう恐れは実質的ないため、視聴者としては安心である。結果として、幅広い視聴層にわたって、非常に多数の視聴者からの応募を受けることができ、キャンペーンの目的を

達成し易い。

【0050】また、キャンペーン実施に伴うデータ回収や金銭支払いやポイント処理等の面倒な作業を代行センタが行うため、キャンペーン実施企業にとっても、ポイント企業にとっても、有利である。特にポイント企業にとっては、個人情報提供料が収入として入ってくるし、インセンティブとして降り込まれたポイントを利用する際に売上を発生させることができ、新たな会員の獲得にも役立つ。

【0051】図3は、キャンペーン実施企業が代行センタに支払うキャンペーン実施料の内訳を示す。図示のように、キャンペーン実施料 α は、代行センタの収入である代行料Xと、ポイント企業の収入である個人情報提供料Yと、視聴者へ還元されたポイント数に相当するポイント提供料Zとに分けられる。

【0052】図4～図10は、視聴者のTVセット50のモニタ画面に表示されるアンケート画像54の遷移例を示している。図11は、視聴者がアンケートに対する回答などを入力するときのTVセット50が行う処理の流れを示す。

【0053】アンケートデータをTVセット50が受信すると、まず、図4に示す画像が表示される(SU1 1、ステップS1)。この画像には、キャンペーン実施企業（又は、他の適当な企業）の広告を表示する領域も含まれているので、単にアンケートなどのキャンペーンを実施するだけでなく、宣伝広告を行う効果も兼ね備えている。視聴者がこの画像の「応募」ボタンを押下すると(S2)、次に図5に示す画像が表示される(S3)。

【0054】図5の画像では、視聴者は、キャンペーン実施企業に提供して良い自分の個人情報レベルを選択する。選択した後、「次へ」ボタンを押下すれば(S4で次へ)、その選択が有効か否かが判断され(S5)、有効ならば次に図6に示す画像が表示される(S6)。

【0055】図6の画像では、視聴者は、所定のアンケート内容（例えば、アンケートの趣旨や、選択できるポイントカードの種類や、受け取れるポイント数など）を知ることができ、そして、選択可能な多数のポイントカードを示したリストの中から、任意のポイントカードを選択し、また、その選択したポイントカードにおける自分の会員IDを入力する。これらの入力の後、「次へ」ボタンを押下すれば(S7で次へ)、その入力情報が有効か否かが判断され(S8)、有効ならば次に図7に示す画像が表示される(S9)。

【0056】図7の画像では、視聴者は、所定のアンケート内容（例えば、質問内容）を読み、そのアンケートに対する回答を入力する。この入力の後、「次へ」ボタンを押下すれば(S10で次へ)、その入力情報が有効か否かが判断され(S11)、有効ならば次に図8に示す画像が表示される(S12)。

【0057】図8の画像では、視聴者は、今までの入力に基づいて代行センタ30へ送信される回収データ60の内容を確認する。この確認の後、「同意」ボタンを押下すれば(S13で同意)、その回収データ60が代行センタ30へ送信される(S14)、その後、送信が正常に終われば(S15で正常)、図9に示す画像が表示され、送信エラーが生じれば(S15でエラー)、図10に示す画像が表示される。

【0058】以上、本発明の一実施形態を説明したが、上記の実施形態はあくまで本発明の説明のための例示であり、本発明を上記実施形態にのみ限定する趣旨ではない。従って、本発明は、その要旨を逸脱することなしに、上記実施形態以外の様々な形態でも実施することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の一実施形態の構成を示すブロック図。

【図2】代行センタ30の処理をより具体的に示したブロック図。

【図3】キャンペーン実施料の内訳を示す説明図。

【図4】視聴者のTVセット50のモニタ画面に表示される最初のアンケート画像54の例を示す図。

【図5】図4の画像の次に表示されるアンケート画像54の例を示す図。

【図6】図5の画像の次に表示されるアンケート画像54の例を示す図。

【図7】図6の画像の次に表示されるアンケート画像54の例を示す図。

【図8】図7の画像の次に表示されるアンケート画像54の例を示す図。

【図9】図8の画像の次に表示されるアンケート画像54の例を示す図。

【図10】送信エラー時に表示されるアンケート画像54の例を示す図。

【図11】視聴者がアンケートに対する回答などを入力するときのTVセット50が行う処理の流れを示すフローチャート。

【符号の説明】

10 キャンペーン実施企業のコンピュータシステム
(実施企業システム)

20 ポイント企業のコンピュータシステム

30 代行センタ

40 デジタルテレビジョン放送を行う放送局

50 デジタルテレビジョンセット(TVセット)

60 回収データ

70 デジタル放送上り回線網として使われる通信ネットワーク

80 ポイント企業のPOS端末

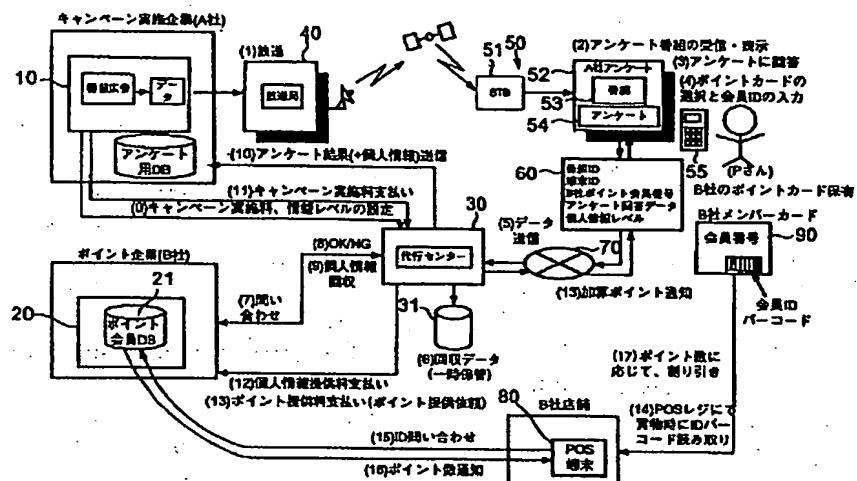
90 会員カード

35 データ収集テーブル

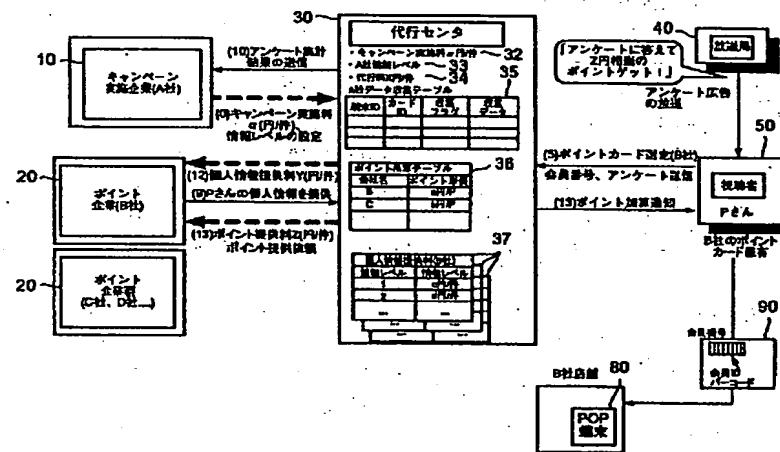
36 ポイント換算テーブル

3.7 個人情報提供料テーブル

【図1】

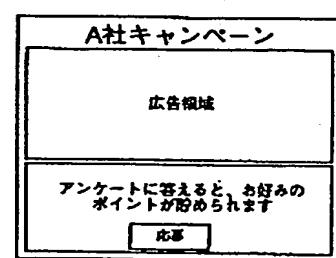
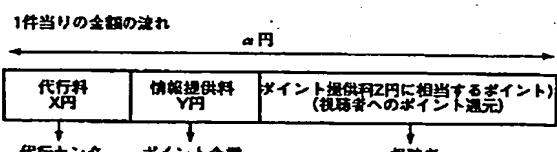


【図2】



【図3】

【図4】



【図 5】

アンケート

アンケート内容

ポイントカード選択

会員番号: 54

次へ 戻る

【図 6】

個人情報公開レベル

A社へ公開してもよい、あなたのポイントカードの個人情報レベルを選択してください

性別: ####.pt
年齢層: 1111.pt

次へ 戻る

【図 7】

アンケート結果入力

アンケート内容

入力領域

次へ 戻る

【図 8】

入力確認

以下の情報を送信します
よろしいですか？

ユーザ入力表示部

同意 やめる

【図 9】

送信完了

正常に送信されました
ご利用ありがとうございました

戻る

【図 10】

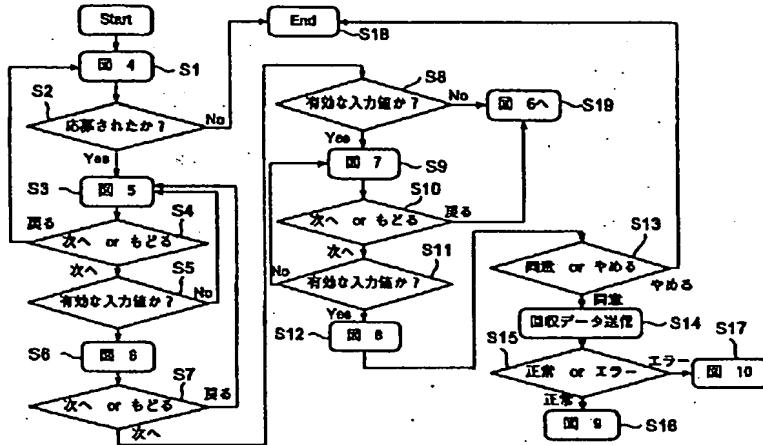
エラー報告

エラーが発生いたしました
下記のガイドanceに従ってください

エラー内容表示部

戻る

【図11】



フロントページの続き

(51) Int. Cl. 7

識別記号

F I

マーク (参考)

H 04 H 1/02

H 04 H 1/02

F

H 04 N 5/44

H 04 N 5/44

Z

// H 04 N 17/00

17/00

M

(72) 発明者 攻本 聰

F ターム (参考) 5B049 AA05 CC38 DD01 EE02 EE23

東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会

FF03 FF09 GG09

社エヌ・ティ・ティ・データ内

5C025 CA02 CA09 CB08 DA01 DA05

(72) 発明者 中村 仁之輔

5C061 BB03

東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会

5C064 BA01 BB07 BC07 BC16 BC23

社エヌ・ティ・ティ・データ内

BD02 BD03 BD04 BD07 BD08